

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Kabupaten Tulungagung adalah salah satu kabupaten yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Pusat pemerintahan Kabupaten Tulungagung berada di Kecamatan Tulungagung. Batas-batas wilayah Kabupaten Tulungagung secara administratif adalah sebagai berikut: Sebelah utara berbatasan langsung dengan Kabupaten Kediri, Sebelah Selatan berbatasan dengan Samudera Hindia, Sebelah Timur berbatasan dengan Kabupaten Blitar dan Sebelah Barat berbatasan langsung dengan Kabupaten Trenggalek.²

UMKM atau usaha mikro adalah usaha milik perseorangan atau badan usaha perorangan yang produktif dan memenuhi kriteria yang ditulis oleh undang-undang. Dalam perekonomian Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar. Selain itu, kelompok ini terbukti tahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. Di Indonesia UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki peranan cukup penting bagi pertumbuhan ekonomi, selain itu UMKM juga memiliki andil dalam penyerapan tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil

² Alfi kiptia, Skripsi, “ *Pengaruh Pendapatan Perkapita Dan Harga Kebutuhan Pokok Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat Di Tulungagung Tahun 2014-2015*”, (Tulungagung: alfi kiptia, 2018), hlm 68.

pembangunan. Dalam 10 tahun terakhir, pertumbuhan jumlah unit UMKM tahun 2016-2019 mengalami peningkatan sebesar 4,2 % setiap tahunnya dan rata-rata kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia selama tiga tahun terakhir lebih dari 50%. Hal ini membuktikan bahwa UMKM mampu mendongkrak sektor perekonomian masyarakat secara mandiri dan mendukung laju pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Karena itulah UMKM menjadi salah satu sektor usaha yang diunggulkan oleh Bank Indonesia untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, di sektor jasa karena memiliki kontribusi yang meningkat terhadap perekonomian serta perdagangan Indonesia.³

Berikut data perkembangan UMKM di Indonesia berdasarkan jumlah unit dan jumlah PDB dari tahun 2013 sampai 2019.

Tabel 1.1
Data perkembangan UMKM di Indonesia

Tahun	Total Jumlah Unit (Kecil, Mikro, dan Menengah)	Total Jumlah PDB atas Dasar Harga Berlaku
2013	55.856.176	Rp 5.285.290
2014	57.189.393	Rp 8.982.762
2015	58.521.987	Rp 9.434.344
2016	60.863.573	Rp 9.703.864
2017	62.106.900	Rp 9.912.951
2018	62.976.432	Rp 10.014.134
2019	63.656.488	Rp 10.425.450

Sumber: *Data perkembangan UMKM di Indonesia 2013-2019*⁴

³ Noer Soetjipto, "Ketahanan umkm Jawa Timur melintasi pandemic-covid-19", (Yogyakarta: k media, 2020), hlm 15.

⁴ <http://www.depkop.go.id/data-umkm> di akses pada 03 Desember 2020

Pada tahun 2020, dikala ekonomi global dilanda krisis semua negara pasti terkena dampaknya termasuk Indonesia. Terjadinya krisis ekonomi tahun 2020 karena terpukul dengan wabah virus corona yang bermula di Wuhan, Tiongkok Cina pada Desember 2019. Dampak ekonomi yang dirasakan Indonesia dengan adanya wabah pandemi covid-19 ini adalah: penurunan harga saham diseluruh dunia, Indeks harga saham gabungan melemah, perdagangan bursa efek Indonesia telah mengalami penghentian perdagangan sebanyak lima kali sejak diberlakukan terhitung 11 Maret 2020. Pemerintah telah menyusun kajian dampak ekonomi dan penurunan penghasilan masyarakat di setiap provinsi berdasarkan skenario ringan, sedang, hingga buruk. Dalam skenario sedang, dampak corona virus akan membuat pendapatan buruh di Nusa Tenggara Barat turun sekitar 25% dan mampu bertahan hingga Juni-September 2020.⁵

Dampak penurunan pendapatan terbesar Sektor UMKM akan terjadi di Kalimantan Utara sebesar 36% dengan kemampuan daya tahan hingga Agustus-Oktober 2020. Sementara itu, bagi pengemudi sopir angkutan umum dan ojek, penurunan pendapatan terbesar akan terjadi di Sumatra Utara sebesar 44%. Bagi petani dan nelayan, penurunan pendapatan terbesar akan terjadi di Kalimantan Barat sebesar 34% dengan kemampuan daya tahan sampai Oktober-November 2020. Pariwisata Indonesia juga terdampak, seperti Bali mengalami penurunan kedatangan wisatawan sebesar 33% bila dibandingkan dengan Januari, dan penurunan tajam 96%

⁵ Noer Soetjipto, "*Ketahanan umkm Jawa Timur...*", hlm. 29.

wisatawan Tiongkok. Hotel mengalami tingkat hunian yang sangat rendah, dengan beberapa hotel mencatat tingkat hunian 5% dan bahkan 0% karena terlalu mengkhuskan diri pada pengunjung Tiongkok, adanya pembatasan perjalanan dari negara terinfeksi, dan ketakutan secara umum terhadap virus.⁶

Terdapat perbandingan omset sebelum pandemi dan saat pandemi. Penurunan omset penjualan dalam rentan waktu 3 bulan sangat drastis, seperti yang dialami pelaku usaha bidang kerajinan Batik, yang penjualan rata-rata perbulan sampai bulan Februari 32 juta rupiah. Namun, pada saat pandemi mengalami penurunan hingga bulan Mei pendapatan penjualan hanya 7 juta rupiah. Ada beberapa orientasi atau pertimbangan para pelaku usaha dalam menghadapi penurunan omset akibat pandemi covid-19. Diketahui bahwa 63% para pelaku usaha menjelaskan penurunan omset karena daya beli konsumen menurun akibat sebagian besar konsumen mulai berhemat dan tidak berpendapatan atau tidak berpenghasilan. Kemudian 46% para pelaku usaha menyatakan alasan omset turun karena konsumen takut membeli, dan sebagian besar konsumen merasa belum terbiasa membeli melalui *online*, dan masih terbiasa membeli dengan cara datang langsung ke toko. Selain itu sebanyak 46% para pelaku usaha menyimpulkan bahwa penurunan omset terjadi setelah adanya larangan

⁶ Noer Soetjipto, *Ketahanan UMKM Jawa Timur Melintasi Pandemi Covid-19*, (Yogyakarta: Anggota IKAPI, 2020), hlm. 51.

keluar rumah atau diterapkannya PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dengan disertai sanksi pidana dan denda.⁷

Untuk menangani hal tersebut, rencana yang dibangun para pelaku usaha setelah masa pandemi berlalu 44% para pelaku usaha akan beralih ke usaha yang lain, yaitu menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan pasar dengan apa yang dikenal dengan *new normal*. Kemudian 42% pelaku usaha memilih untuk menambah variasi produk usahanya, namun juga tetap melihat bagaimana situasi pasar nanti setelah pandemi, dan 35% pelaku usaha memilih untuk tetap melanjutkan usaha yang ditekuninya sekarang, dan merasa bahwa pasar konsumen belum mengalami perubahan dalam hal keputusan pembelian. Kemudian 33% pelaku usaha akan mengamati situasi pasar dan kebutuhan masyarakat setelah pandemi berakhir, serta membuat usaha cadangan selama masa pandemi untuk bertahan atau mengalihkan modal sementara, kemudian ada pelaku usaha yang mencoba membuat usaha berternak ikan dan ayam.⁸

Dapat diketahui 38% para pelaku usaha melakukan pemasaran atau menawarkan dagangannya melalui media sosial, dan 35% para pelaku usaha menggunakan media *online* sebagai alat pemasaran, yaitu promosi berbayar yang tersedia *online*. Namun terdapat 13% pelaku usaha yang masih bertahan dengan cara konvensional yaitu menitipkan produk dagangannya ke toko-toko atau warung yang masih buka, ini dilakukan oleh pelaku usaha *home industry* makanan kemasan. Kemudian 8% pelaku usaha terbatas

⁷ Ibid, hlm. 52-53.

⁸ Ibid, hlm. 55.

menyesuaikan jumlah produksi, stok dan penjualan dalam jumlah sangat terbatas, serta 6% pelaku usaha masih mencoba untuk tetap buka *stand*.

Keyakinan para pelaku usaha untuk menjaga dan mempertahankan bisnisnya di tengah kondisi pandemi, sebanyak 35% pelaku usaha berupaya memaksimalkan pemasaran melalui media pemasaran *online* atau media sosial, dan 33% para pelaku usaha mencoba bertahan dengan cara-cara yang konvensional, yaitu menjual ke relasi terdekat, menitipkan ke *stand* penjualan yang masih bertahan buka. Selebihnya para pelaku usaha berusaha menambah varian produk atau merubah desain produk, namun *terdapat* pelaku usaha yang mencoba mengalihkan modalnya untuk usaha lainnya atau mencoba membuka pasar baru.⁹

Salah satu UMKM di Indonesia yang ada di Jawa Timur tepatnya di Kabupaten Tulungagung adalah Industri Batik. Batik merupakan warisan budaya Indonesia yang harus dijaga dan dilestarikan. Menurut KBBI batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.¹⁰ Batik juga merupakan salah satu ciri khas bangsa Indonesia. Batik yang kini telah diakui oleh UNESCO (*United National Educational, Scientific, and Cultural Organization*) pada tanggal 2 Oktober 2009 sebagai warisan budaya Indonesia telah membakar semangat para pengrajin batik untuk meningkatkan terus produk batik mereka. Selain adanya pengakuan UNESCO tersebut, fungsi batik yang semakin

⁹ Ibid, hlm. 56-57.

¹⁰ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 256

berkembang turut serta menjadi motivasi para pengrajin batik. Batik kini mengalami perkembangan akibat perpaduan kebudayaan antar daerah, situasi sosial, dan pengaruh dari luar.¹¹ Perkembangan batik juga semakin meningkat, hal ini didukung oleh semakin banyaknya konsumen yang tertarik terhadap batik. Hal ini terjadi karena batik yang awalnya hanya digunakan oleh keluarga keraton di Jawa, kini semakin diminati oleh masyarakat, bukan hanya oleh kalangan menengah ke atas, pejabat, ibu-ibu negara dan sebagainya, melainkan diminati juga oleh berbagai kalangan termasuk juga remaja.

Motif batik yang juga semakin *trendy* turut menarik minat remaja. Batik kini bisa dijadikan sebagai taplak, interior, hiasan rumah, tas, buku, dan sebagainya. Dengan semakin banyaknya kalangan yang tertarik terhadap batik, permintaan terhadap batik pun semakin meningkat. Namun perkembangan yang terus muncul itu tidak menghilangkan ciri khas dari batik itu sendiri yang memiliki nilai tradisional dan memiliki makna filosofi mendalam. Pada masa ini, pemakai Batik tidak hanya dipakai oleh bangsawan untuk kegiatan atau acara yang sifatnya resmi saja. Namun sudah hampir semua orang dari segala lapisan masyarakat memiliki dan pernah memakai batik dalam berbagai acara sehari-hari. Pada era saat ini kemajuan teknologi yang semakin canggih telah mendukung perkembangan batik di Indonesia.¹²

¹¹ Joko Dwi Handoyo, *Batik dan Jumutan* (Yogyakarta: PT. Mancana Jaya Cemerlang, 2008), Hlm. 1.

¹² Supriono, *The Heritage Of Batik.....*, hlm. 4

Hal itu terjadi dari batik yang dulunya dibuat secara tradisional dengan menggunakan canting, kini bisa di produksi dengan menggunakan mesin cetak dalam waktu yang singkat dan dalam jumlah yang banyak. Batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu yang memiliki kecirikhasan. Kecirikhasan Batik Tulungagung terletak pada indahnya perpaduan warna dan motifnya. Pada saat ini warna cerah yang digunakan dapat menarik minat masyarakat. Walau pada awalnya warna khas Batik Tulungagung memilih warna coklat dan hitam. Ada beberapa motif Batik khas Tulungagung yang mampu bersaing di tingkat nasional ataupun internasional antara lain: Batik Baronggung, Batik Gajah Mada, Batik Sido Mukti, Batik Kalang Kusuma, dan yang terakhir Batik Satrio Manah.¹³

Ada tiga produsen Batik Tulungagung yang paling populer dan melegenda yaitu Batik Baronggung, Batik Gajah Mada, dan Batik Satrio Manah. Jenis-jenis Batik khas Tulungagung yang masih berkembang sekarang: Batik Bangoan, motif-motif yang ditampilkan cenderung kasar dan gelap. Motif yang paling banyak dibuat seperti motif semen, sidomukti, sekar jagad dengan dominasi warna biru tua dan coklat tua. Batik Majanan, motifnya lebih kalem, dengan dasar yang dipakai motif gringsing dan buketan (bunga) di tengahnya. Para pengrajin memakai dominasi warna coklat (soga) dan untuk motif buketan, para pengrajin lebih bervariasi soal

¹³ Iqle Putri Rahmasari. 2018. *Strategi Pengusaha Dalam Mengembangkan Usaha Kecil Batik Gajah Mada di Desa Mojosari Kecamatan Kauman Kabupaten Tulungagung (Perspektif Teori Moral-Rasional)*. Vol. 7 (3), hlm. 3.

pewarnaan batiknya. Warna biru muda, kuning, merah serta violet menjadi kombinasi bunga-bunga. Yang selanjutnya Motif Kambretan, kebanyakan motif yang dipakai motif dengan buketan tetapi tidak diwarnai. Salah satu motif batik kambretan yang terkenal adalah motif kotongan, sebuah bentuk kosong yang tidak memiliki isi pada ukiran batik yang dibuat serta ada motif kembang belinjo.¹⁴

Motif yang paling terkenal adalah motif batik Buket Ceprik Gringsing, Buket Ceprik Ungker, dan Lereng Buket. Hal ini menjadi ciri khas Batik Tulungagung yang nampak pada indahnya perpaduan warna dan variasi motif. Dari pernyataan diatas menunjukkan banyaknya para pelaku usaha bisnis batik di Kabupaten Tulungagung yang menekuni seni membatik. Hal ini juga mengakibatkan persaingan batik di Tulungagung meningkat, sehingga masing-masing perusahaan harus mempunyai ciri khas dan keunikan tersendiri agar dapat lebih unggul dari yang lain dalam menawarkan produk sejenis yang diharapkan dapat menarik perhatian konsumen. Para pengrajin Batik harus berupaya melakukan inovasi hingga membuat kerajinan Batiknya semakin digandrungi.¹⁵

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Industri Batik di Tulungagung yang belum lama ini berdiri yaitu Batik Gayatri. Batik Gayatri yang terletak di Jl. Pahlawan Gg. III No. 7A, Dusun Ketanon, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66229 merupakan salah

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ Desy Ratna Syahputri. 2020. Artikel: “*Kajian Estetika Batik Tulungagung*”. Malang: Universitas Negeri Malang. Dalam https://www.academia.edu/42174018/Kajian_Eстетika_Batik_Tulungagung. Diakses pada tanggal 10 September 2020 pukul 10.05.

satu batik khas Tulungagung. Dirintis sejak tahun 2012 oleh Setio Hadi. Salah satu motif batik yang diproduksi saat ini dipromosikan oleh salah satu desainer kondang Tulungagung yang tinggal di Swiss yaitu Mas Adji Bram. Pada masa pandemi, Batik Gayatri melakukan pemasaran produk melalui *online* dan *offline*. Namun, Batik Gayatri tetap mengalami penurunan pendapatan akibat penjualan yang kurang maksimal akibat pandemi covid-19.¹⁶

Adapun alasan peneliti mengambil objek penelitian Sentra Industri Batik Gayatri adalah *Pertama*, Industri Batik Gayatri berada di daerah kampung wisata Gayatri Tulungagung yang nantinya akan dibuka wisata edukasi dari beberapa objek yang salah satunya adalah batik Gayatri, *Kedua*, Batik Gayatri adalah salah satu batik khas Tulungagung yang memiliki banyak konsumen dan banyak motif khas seperti *ten kemanten dandan, tlogo mburet, diah raja fatmi* kemudian *motif roro kembang, pring gatuk*. *Ketiga*, Batik Gayatri merupakan salah satu UMKM di Kabupaten Tulungagung yang memproduksi berbagai macam batik yang dipasarkan secara virtual (*online*) dan *offline*. *Keempat*, Batik Gayatri Tulungagung sering mengalami naik-turun dalam hal penjualan terutama di Tengah Pandemi Covid-19, namun industri Batik Gayatri memiliki strategi pengelolaan dan strategi pemasaran dalam menghadapinya.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Pengusaha Sentra Industri**

¹⁶ Setio Hadi, Pemilik Usaha Batik Gayatri Dusun Ketanon Kec. Kedungwaru Kab.Tulungagung, Wawancara Pribadi, Jl. Pahlawan Gg. III No. 7A, Dusun Ketanon, Kec. Kedungwaru, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66229, 17 Agustus 2020.

Batik Gayatri di Desa Ketanon Kec. Kedungwaru Tulungagung Dalam Menjaga eksistensi usaha di Tengah Pandemi Covid-19”.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, sehingga penulis merumuskan fokus penelitian dalam beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengelolaan Batik Gayatri di Dusun Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung?
2. Bagaimana Strategi Pengusaha Batik Gayatri di Dusun Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dalam Menjaga Eksistensi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Dilihat dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis antara lain :

1. Untuk Mengetahui Pengelolaan Batik Gayatri di Dusun Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung.
2. Untuk Mengetahui Strategi Pengusaha Batik Gayatri di Dusun Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dalam Menjaga Eksistensi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19.

D. Pembatasan Masalah

Agar cakupan pembahasan penelitian ini tidak merambah luas maka peneliti berfokus pada Strategi Pengusaha Sentra Industri Batik Gayatri di Desa Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dalam Menjaga Eksistensi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini:

1. Manfaat Teoritis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan bisa memberi gambaran tentang Strategi Pengusaha Sentra Industri Batik Gayatri di Desa Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dalam Menjaga Eksistensi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19.

2. Manfaat Praktis

- a. Pihak produsen, sebagai bahan kajian untuk mengembangkan inovasi dan kreatifitas yang berhubungan dengan strategi industri batik dalam menjaga eksistensi usaha di tengah pandemi Covid-19.
- b. Pihak konsumen, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah perkembangan ilmu pengetahuan untuk menjadikan salah satu sumber informasi yang relevan mengenai produk nusantara berupa batik dan strategi industri batik dalam menjaga eksistensi usaha di tengah pandemi Covid-19.
- c. Pihak masyarakat, hasil penelitian dapat menambah ilmu

pengetahuan tentang perkembangan batik di Indonesia dan strategi industri batik dalam menjaga eksistensi usaha di tengah pandemi Covid-19.

- d. Pihak peneliti selanjutnya, hasil penelitian di harapkan dapat di gunakan sebagai referensi sekaligus sebagai pengembangan penelitian yang akan datang.

F. Penegasan Istilah

Dalam memahami judul terkadang banyak yang salah dalam menafsirkan maksud peneliti. Oleh sebab itu, di bawah ini akan dijelaskan mengenai beberapa istilah penting dalam karya tulis dengan judul “Strategi Pengusaha Sentra Industri Batik Gayatri di Desa Ketanon Kec. Kedungwaru Tulungagung dalam Menjaga Eksistensi Usaha Di Tengah Pandemi Covid-19”.

1. Definisi Konseptual

a. Strategi

Strategi berasal dari bahasa Yunani, *stratos* yang artinya tentara dan *ago* yang artinya pemimpin. Makna strategi dalam dunia kemiliteran ialah ilmu untuk merencanakan dan mengarahkan operasi-operasi militer berskala besar dalam menggerakkan pasukan keposisi yang paling menguntungkan sebelum pertempuran sebenarnya dengan musuh dilakukan. Sedangkan arti dari strategi adalah berhubungan atau berkaitan

dengan strategi.¹⁷ Strategi adalah rencana lengkap untuk mencapai tujuan organisasi. Manajemen strategis adalah proses yang lengkap dan berkelanjutan yang ditunjukkan untuk memformulasikan dan mengimplementasikan strategi yang efektif. Strategi yang efektif berkaitan dengan tiga persoalan organisasi: kompetensi, ruang lingkup, dan alokasi sumber daya. Sebagian besar perusahaan memiliki baik strategi tingkat bisnis maupun strategi tingkat korporasi. Formulasi strategi adalah serangkaian proses yang terlibat dalam menciptakan atau menentukan strategi dari suatu organisasi. Pengimplementasian strategi adalah proses melaksanakan strategi.¹⁸

b. Pengusaha

Pengusaha adalah orang pribadi atau badan dalam bentuk apa pun yang dalam lingkungan perusahaan atau pekerjaannya menghasilkan barang, mengimpor barang, mengekspor barang, melakukan usaha perdagangan, memanfaatkan barang tidak berwujud dari luar daerah pabean, melakukan usaha jasa atau memanfaatkan jasa dari luar daerah pabean.¹⁹

c. Sentra Batik

Menurut KBBI batik adalah kain bergambar yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan

¹⁷ Husaini Usman, *Manajemen Teori, Praktik dan Riset Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), hlm. 334.

¹⁸ Ricky W. Griffin, *Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hlm. 249.

¹⁹ Erly Suandy, *Praktikum Akuntansi Manual dan Komputerisasi dengan MYOB*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hlm.9.

malam pada kain itu, kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.²⁰

d. Eksistensi Usaha

Merupakan wujud atau bentuk dari usaha yang dilakukan untuk menggerakkan roda usaha. Pengelolaan usaha dikendalikan oleh sistem yang ada pada bentuk usaha tersebut.²¹ Batik adalah kerajinan yang memiliki nilai seni tinggi dan menjadi bagian dari Budaya Indonesia. Sebagai salah satu kekayaan bangsa harus tetap dijaga kelestariannya agar tidak punah salah satunya dengan upaya ditemurunkan kepada generasi penerus bangsa. Batik Gayatari khas dari desa Ketanon yang diproduksi oleh suatu industri kecil, namun tidak kalah dengan batik yang sudah terkenal dan pemasarannya yang terus meningkat.

Batik juga merupakan khas Indonesia yang memiliki nilai yang tinggi. Batik tersebar diseluruh wilayah Nusantara dengan masing-masing daerah memiliki ciri yang berbeda satu sama lain. Akibat dari masuknya Batik dalam industri modern membuat batik dituntut mengikuti zaman untuk memenuhi permintaan pasar. Pengrajin juga memiliki keterampilan produksi dan perdagangan, harus mempunyai inovasi baru yang berkembang dengan beragam bentuk namun diharapkan eksistensi pengrajin batik dapat bertahan di zaman serba teknologi ini tetap bisa mengaplikasikan usahanya

²⁰ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 256

²¹ Cahyo Saparinto, *Panduan Lengkap Gurami*, (Depok: Penebar Swadaya, 2008), hlm.156-157.

dengan beberapa cara tradisiona sebagai ciri khas Batik Gayatri itu sendiri.²²

2. Definisi Operasional

Dimaksudkan untuk memberikan kejelasan mengenai judul penelitian tentang Strategi Pengusaha Sentra Industri Batik Gayatri di Desa Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dalam Menjaga Eksistensi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19 agar tidak muncul berbagai penafsiran terhadap judul penelitian terdahulu. Eksistensi usaha merupakan wujud atau bentuk dari usaha yang dilakukan untuk menggerakkan roda usaha. Pengelolaan usaha dikendalikan oleh sistem yang ada pada bentuk usaha tersebut.²³

G. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian pustaka terdiri dari: deskripsi teori dalam melakukan penelitian seperti Pengelolaan Batik, Strategi Pengusaha Sentra Industri Batik Gayatri di Desa Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dan Menjaga Eksistensi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19, penelitian terdahulu sebagai pembanding, dan kerangka konseptual.

BAB III Metode penelitian terdiri dari: pendekatan dan jenis

²² *Ibid.*

²³ Cahyo Saparinto, *Panduan Lengkap Gurami*, (Depok: Penebar Swadaya, 2008), hlm.156-157.

penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Hasil penelitian terdiri dari: paparan data dan temuan penelitian.

BAB V Pembahasan, berisi tentang Pengelolaan Batik dan Strategi Pengusaha Sentra Industri Batik Gayatri di Desa Ketanon Kec. Kedungwaru Kab. Tulungagung dan Menjaga Eksistensi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19.

BAB VI Penutup, terdiri dari: kesimpulan dan saran.